

RINGKASAN

Penelitian skripsi ini berjudul “Strategi Pemenangan Parsimin dalam Pemilihan Kepala Desa Tahun 2019 di Desa Purwodadi Kecamatan Kuwarasan Kabupaten Kebumen”. Tujuan penelitian ini adalah: 1) memahami dan mendeskripsikan strategi pemenangan Parsimin dalam Pemilihan Kepala Desa Purwodadi, Kecamatan Kuwarasan, Kabupaten Kebumen; 2) Memahami dan mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat kemenangan Parsimin dalam Pemilihan Kepala Desa tahun 2019. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan perspektif strukturalis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Hasil penelitian ini adalah bahwa Parsimin melaksanakan berbagai strategi pemenangan yang berhasil mengantarkannya memperoleh kedudukan sebagai kepala desa di Desa Purwodadi. Strategi pemenangan yang dilakukan Parsimin diawali dengan melakukan penerapan tiga tahapan dalam marketing politik yakni, pemetaan (*segmentasi*) yaitu dengan menjadikan pemilih tradisional sebagai segmen utamanya dikarenakan karakteristik masyarakat Desa Purwodadi. Kemudian, tahapan selanjutnya yakni sasaran (*targeting*) politik, dimana Parsimin menjadikan kelompok usia produktif, kelompok pemberdayaan dan pemilih tradisional yang menjadi sasaran utamanya, karena dianggap dapat memberi pengaruh terhadap masyarakat Purwodadi lainnya dalam memberikan dukungan terhadap Parsimin, khususnya terkait masyarakat pemilih tradisional dan pragmatis. Dan yang terakhir yaitu *positioning* politik yakni Parsimin membangun *image/citra* politik sebagai pelayan masyarakat dan merupakan calon kepala desa dari kalangan masyarakat kelas bawah serta membangun citra sebagai sosok yang merangkul dan membaur dengan masyarakat. Dalam pelaksanaan strategi pemenangan tersebut terdapat beberapa faktor yang mendukung dan menghambat Parsimin, faktor pendukung diantaranya: 1.) Masyarakat; 2.) Memiliki pengalaman dalam pemerintahan desa; 3.) Dukungan dari tokoh-tokoh masyarakat dan agama. Sedangkan, faktor penghambatnya yaitu 1) Minimnya Dana Kampanye; 2.) Tersebarnya berita hoax untuk menjatuhkan Parsimin; 3.) adanya cerita rakyat.

Kata Kunci: *strategi pemenangan, marketing politik, pilkades*

SUMMARY

This thesis research entitled "Parsimin's Winning Strategy in the 2019 Village Head Election in Purwodadi Village, Kuwarasan District, Kebumen Regency". The objectives of this study were: 1) to understand and describe Parsimin's winning strategy in the Head Election of Purwodadi Village, Kuwarasan District, Kebumen Regency; 2) Understand and describe the supporting and inhibiting factors for Parsimin's victory in the 2019 Village Head Election. This study uses a constructivism paradigm and a structuralist perspective. The research method used in this research is qualitative with a case study approach.

The result of this research is that Parsimin implemented various winning strategies which succeeded in getting him to become the village head in Purwodadi Village. Parsimin's winning strategy begins with implementing three stages in political marketing, namely, mapping (*segmentation*), namely by making rational voters and traditional voters as the main segments due to the characteristics of the people of Purwodadi Village. Then, the next stage is *targeting* political, in which Parsimin makes productive age groups, empowerment groups and rational voters the main targets, because they are considered to be able to influence other Purwodadi communities in providing support for Parsimin, especially related to pragmatic voter communities who are considered interesting to be able to change the mindset of the group into a rational group. And the last one is political positioning, namely Parsimin to build a political image / image as a public servant and as a candidate for village head from among the lower classes and build an image as a figure who embraces and mingles with society. In implementing the winning strategy, there are several factors that support and hinder Parsimin, the supporting factors include: 1.) People; 2.) Having experience in village government; 3.) Support from community and religious leaders. Meanwhile, the inhibiting factors are 1) Lack of Campaign Funds; 2.) The spread of hoax news to bring down Parsimin; 3.) the existence of folklore.

Keywords: *winning strategy, political marketing, village head election*